

Governança e Coerência na Gestão Comercial

O ano de 2018 foi marcado pela consolidação do modelo de governança corporativa e solidificação do novo modelo de gestão impresso na MGM a partir de 2017. Podemos observar não apenas na direção da empresa, mas em todo o corpo de gestores, um amadurecimento em vários aspectos relacionados à gestão, desde melhoria de processos, planejamento e muito foco em resultado. Pelo segundo ano consecutivo temos nosso balanço auditado por umas das maiores auditorias do mercado e trabalhamos estritamente sob diretrizes de normas internacionais de padronização e qualidade.

Iniciamos um rigoroso e detalhado modelo de planejamento orçamentário, baseado em diretrizes de orçamento base zero, visando redução de custos fixos e variáveis, proporcionando à gestão enfrentar com mais tranquilidade os desdobramentos da crise de demanda que assola o setor de varejo de materiais de construção brasileiro desde 2015. Atuamos em praticamente todos os setores da empresa a fim de reduzir custos de forma obcecada.

Desta maneira, iniciamos o ano de 2018 com o grande desafio de traduzir para os produtos e serviços MGM maior competitividade, ou seja, nos dispusemos a transformar as otimizações de custo promovidas pelos esforços de toda a gestão em maior competitividade para o negócio, repassando assim melhores condições de preços aos nossos parceiros.

Paralelamente iniciamos um novo modelo de entendimento de mercado utilizando uma moderna solução de *pricing*. Através de coletas de preços junto aos nossos principais parceiros e demais canais de comercialização, buscamos entender melhor o posicionamento dos produtos MGM no mercado. Passamos a propor novas ações e a efetuar ajustes de custos mais direcionados à competitividade.

#foconosellout - É fundamental que nossos parceiros varejistas e atacadistas tenham total confiança nos produtos e serviços MGM, em quesitos básicos como qualidade, atendimento, logística, etc. Mas isto não é suficiente! É preciso ter competitividade e transformar a competitividade em volume de vendas e resultado. O parceiro precisa comprar o produto a um preço que ele consiga custear seu negócio e ainda ter a margem de lucro desejada na hora da venda.

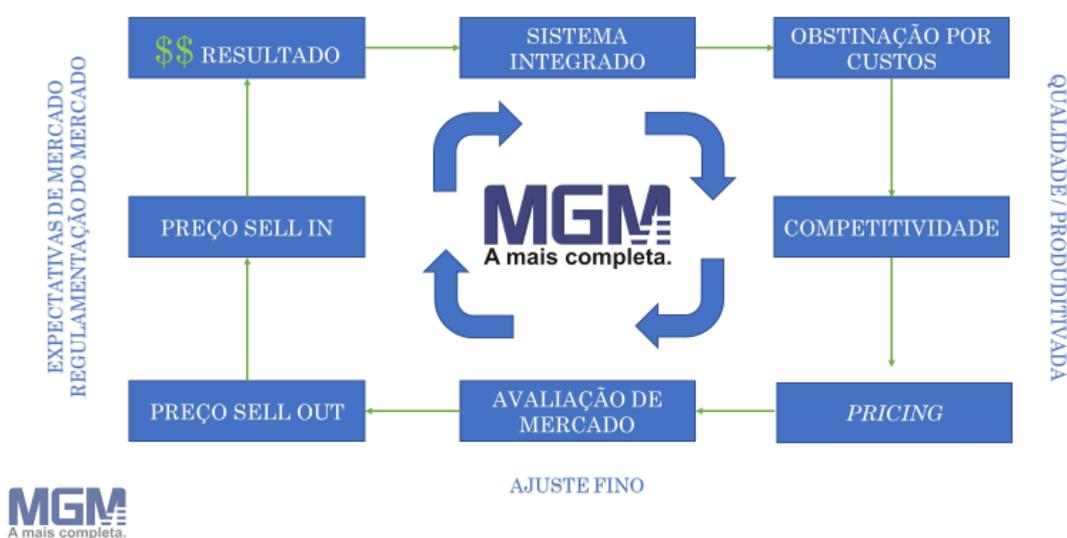
Passamos a trabalhar ainda mais em conjunto com nossos parceiros em ações que proporcionem e incentivem **a venda e giro dos produtos MGM** no chão de loja. Criamos modelos específicos de treinamentos de toda a equipe de vendas, começando pelos nossos extremamente competentes representantes comerciais e se estendendo até as equipes de vendas dos nossos clientes. Temos a convicção de que é no chão da loja, no dia a dia, que a venda acontece, sempre de forma direta e transparente.

Ampliamos e melhoramos consideravelmente nosso modelo de exposição de produtos. Além do investimento de peças e estruturas de montagem das portas, janelas e fechaduras, trabalhamos com mais critério e direcionamento na hora da escolha do que

ser exposto. O *mix* ideal de exposição é fundamental para o bom andamento do negócio. Produto precisa ser direcionado de acordo com a realidade de cada mercado. Temos o desafio de um país enorme e as opções de produtos mudam de acordo com cada região. Cabe a nós fabricantes ficarmos atualizados com relação a isto e oferecer aos clientes produtos que girem, com preços que façam a venda acontecer com maior facilidade e resultado.

Abaixo temos um modelo que chamamos de COERENCIA NA GESTÃO COMERCIAL. Nele reside o desafio de trazer para o mercado o que foi exposto acima. Produtos competitivos oriundos de processos equilibrados e eficientes, através de um modelo de precificação agressivo que entregue resultado não apenas à MGM mas também aos nossos parceiros.

Coerência na Gestão Comercial



A empresa possui mais de 10.000 clientes ativos em todos os estados da federação. Mais de 80 % da produção é direcionada para as lojas de materiais de construção, de pequeno, médio e grande porte. Temos, portanto, em nosso DNA a atuação junto ao **mercado de varejo** de materiais de construção. E disto não abrimos mão.

Ficamos extremamente felizes com o posicionamento alcançado. Os números apresentados pela pesquisa Anamaco vêm reforçar que o focado e sério trabalho realizado por todos da MGM está na direção certa. A perenidade das parcerias é fundamental nos relacionamentos comerciais. Buscamos entender o negócio dos nossos parceiros para lhes oferecer soluções lucrativas e que deem sustentabilidade aos negócios. Buscamos ser empresa referência no segmento reconhecida como o melhor custo-benefício do mercado, oferecendo produtos que giram e trazem resultado.

Ainda nesta ótica, visamos ofertar ao mercado linhas de produtos com padrão de excelência em qualidade e pós-venda. Somos hoje o mais diversificado fabricante de

portas e janelas do Brasil, oferecendo ao mercado soluções completas em esquadrias de aço, esquadrias de alumínio e portas de madeira. Produzimos nossas próprias fechaduras e dobradiças, o que complementa nosso negócio em melhores condições de qualidade e competitividade.

Em 2020, além de dar continuidade aos projetos vigentes, teremos como principais focos de atenção a continuidade na modernização de nossos processos fabris, através da aquisição e melhoria de equipamentos que nos traga mais competitividade. Da mesma forma voltaremos esforços de investimento em processos e sistemas que possam trazer eficiência e melhores práticas de gestão ao negócio.

Logística é um dos maiores gargalos para uma empresa atuar nacionalmente e em escala de pulverização. Tanto em nível de custos quanto em nível de atendimento ao cliente residem os maiores desafios. Para conseguir chegar até os pontos de vendas nos milhares de municípios brasileiros, lançamos mão de modernas ferramentas e tecnologias, além de muito esforço de gente. Contamos com uma gestão estruturada e desenvolvida pela empresa do grupo, MGM Log, sempre buscando somar resultados ao modelo de negócio MGM.

Foco de total atenção no negócio é o fortalecimento do **SGQ MGM** (Sistema de Gestão da Qualidade MGM). Respalado pelas mais rígidas certificações nacionais e internacionais, direcionamos nossos processos e produtos para o atendimento das principais normas de desempenho e qualidade. Trabalhamos de acordo com órgãos e normativas que suportam e fiscalizam a qualidade de nossos processos e produtos tais como ABNT, INMETRO e ISO 9001.

Constantemente aprimorando nossas parcerias, estamos aptos ao crescimento. Acreditamos que após o reestabelecimento mais firme da atividade econômica, teremos novas oportunidades, tanto no aumento da demanda dos atuais parceiros quanto na abertura de novos. Na medida em que o cenário econômico evoluir e a demanda voltar a crescer, tendemos a iniciar um novo período de crescimento e expansão dos negócios. Acreditamos que tal cenário tende a se consolidar a partir do primeiro semestre de 2020.

Entendemos que a Anamaco possui relevante representatividade e contribuição ao setor de materiais de construção nacional. Ao realizar pesquisas abrangentes e imparciais, busca traduzir as expectativas e tendências dos *players* do setor, desde fabricantes, prestadores de serviços, lojistas e consumidores finais. Sempre utilizamos as pesquisas Anamaco como referência, balizador e termômetro de mercado.

José Belato Júnior

CEO – MGM

Monsenhor Paulo – 07/08/2019